

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Применение субъектами экономической деятельности «Стратегии голубого океана» в современных экономических условиях поможет не только максимально полно удовлетворять потребности потребителей, но и стабилизировать общую экономическую ситуацию на мировой арене. И так как голубые и алые океаны всегда существовали и будут существовать в тесной взаимосвязи, появляется объективная необходимость в сбалансированном участии предприятий в обоих рынках. Согласно авторам «Стратегии голубого океана», наиболее эффективной ее практической реализацией должен выступать проект, разработанный корпорацией, длительное время существующей в традиционной конкурентной среде. Предполагается, что именно такое предприятие имеет необходимые возможности и информацию для генерирования инновационного продукта, которые позволят ему создать голубой океан на стыке сфер своей деятельности.

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ, ЧИННИКІВ ТА КРИТЕРІЇВ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

С. В. ТЕЛЯТНИК, С. М. ГАЙДЕНКО

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова
telyatniks@yandex.ru*

Відомо, що конкуренція - це економічне змагання виробників однакових товарів на ринку за залучення якомога більшого числа покупців і одержання завдяки цьому максимальної вигоди. Конкуренція зумовлює розширення виробництва й зниження цін на продукцію до рівня витрат на виробництво. Крім того, саме конкуренція змушує підприємства найповніше сприймати науково-технічні досягнення, застосовувати ефективну техніку, технологію, сучасні методи організації виробництва й праці.

У процесі маркетингового дослідження для оцінювання конкурентоспроможності використовують кількісні показники, які свідчать про ступінь стабільності підприємства, здатності випускати продукцію в оптимальному обсязі і яка користується попитом, а, крім того, що забезпечує підприємству одержання намічених і стабільних результатів. Ключовими факторами конкурентоспроможності підприємства є: зовнішні (політична обстановка в державі; економічні зв'язки; наявність конкурентів; загальний

рівень техніки та технологій; законодавча база) та внутрішні (система та методи управління підприємством; система довгострокового планування; орієнтація на маркетингову концепцію; інноваційний характер виробництва).

Конкурентоспроможність продукції є головною умовою конкурентоспроможності підприємства на ринку і важливою основою прибутковості її діяльності. Найчастіше під конкурентоспроможністю продукції мають на увазі: характеристику товару, що відображає його відмінність від товару-конкурента за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі та за витратами на її задоволення; спроможність товару відповідати вимогам даного ринку у період, що аналізується; здатність витримувати конкуренцію на ринку (наявність вагомих переваг над виробами інших товаровиробників).

Під чинниками конкурентоспроможності прийнято розуміти безпосередні причини, наявності котрих необхідно та достатньо для зміни одного чи декількох критеріїв конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність продукції (послуги) залежить від ряду чинників, що впливають на пріоритетність вибору і визначають обсяг їх реалізації на певному ринку: техніко-економічних чинників, які залежать від продуктивності та інтенсивності праці, витрат виробництва, наукоємності продукції - якість, продажна ціна і витрати на експлуатацію або споживання продукції (послуги); комерційних чинників, які визначають умови реалізації товарів на конкретному ринку - кон'юнктура ринку; сервіс, що надається; реклама; імідж підприємства; нормативно-правових чинників, які відображають вимоги технічної, екологічної і морально-етичної безпеки використання товару на даному ринку, патентно-правові вимоги.

Критерій конкурентоспроможності продукції - це якісна та кількісна характеристика продукції, що виступає основою для оцінки її конкурентоспроможності. Серед критеріїв, які характеризують конкурентоспроможність продукції, виділяють: технічні (призначення, нормативні, ергономічні, естетичні), економічні (ціну споживання) та організаційні (знижки, умов платежу та поставок, комплектність поставок, строки та умови гарантії). Такий поділ критеріїв можна використовувати в оцінці конкурентоспроможності будь-якої продукції, незалежно від галузі. Кількість критеріїв конкурентоспроможності залежить від виду та складності продукції в технічному та експлуатаційному відношенні, а також необхідної точності оцінки, цілі дослідження та інших чинників.

Для того, щоб залишатися конкурентоспроможним, підприємство повинне виконувати основні вимоги до критеріїв та показників конкурентоспроможності продукції. Очікувані результати оцінки конкурентоспроможності можуть бути використані для вибору шляхів оптимального підвищення конкурентоспроможності продукції і конкретного розв'язання ринкових задач. Це дасть змогу визначити основні напрями зміцнення конкурентних позицій окремих підприємств та цілих галузей.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОЇ СФЕРИ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОЇ ЕКОНОМІКИ

М. А. ОЛЬХОВСЬКА

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова, м. Харків
merulin5@mail.ru*

Житлово-комунальне господарство (ЖКГ) – найважливіший елемент соціальної та економічної сфери народного господарства, складний багатогалузевий виробничо-технічний комплекс.

ЖКГ нашої держави характеризується насамперед високим рівнем зносу житлового фонду, критичним станом об'єктів комунальної інфраструктури, низькою якістю послуг, що надаються та високими втратами ресурсів.

Стан житлово-комунальної сфери, величина встановлених тарифів і якість наданих житлово-комунальних послуг істотно впливають на умови проживання і добробут населення. Таким чином, проблеми стабільного функціонування ЖКГ є одними з найгостріших у розвитку нашої країни.

До проблем житлово-комунальних підприємств можна віднести наступні:

- недолік обігових коштів для забезпечення нормального функціонування;
- зношеність основних фондів галузі, застарілі технології і, як наслідок, значні втрати води, теплової енергії і т. д., низька енергоефективність;
- непрозорість поточної діяльності підприємств ЖКГ та формування цін ы тарифів на послуги.